

JE DIS
OUI
AU BOIS
POUR DIRE
NON
AU CO₂!



bois.com
construisons durable

édito

Le bois répond aux nouveaux enjeux d'aujourd'hui et de demain...

Grâce aux actions de promotion que nous menons depuis de nombreuses années, le matériau bois est maintenant dans tous les esprits !

L'intérêt écologique du bois est évident et répond d'une part aux nouveaux enjeux techniques et d'autre part aux attentes du public et des professionnels.

Dans un contexte économique morose, il est primordial que la filière forêt-bois se positionne comme un acteur leader sur les marchés de la rénovation et de la construction neuve, capable d'apporter des solutions performantes et opérationnelles grâce au bois.

Les mesures d'incitation de l'État pour l'amélioration énergétique des bâtiments, l'entrée en vigueur de la RT 2012 et la mise en place du Plan Bâtiment Durable sont autant de leviers déterminants pour le développement des parts de marché du bois et des produits à base de bois.

Fort de ces constats, la filière doit poursuivre son engagement dans la sensibilisation des publics et la promotion des solutions constructives bois auprès des professionnels, maîtres d'ouvrages, des collectivités et des entreprises avec les actions de communication coordonnées des campagnes "Bois.com".

En 2013, nous porterons d'une seule voix les nouveaux messages pour convaincre et accompagner les consommateurs et les professionnels.

Nous disons OUI au BOIS !

Luc Charmasson
Vice président du CODIFAB
Laurent Denormandie
Président de France Bois Forêt
Jan Söderlind
Directeur du programme international de Swedish Wood

Comité professionnel de développement des industries françaises de l'ameublement et du bois (CODIFAB)
Interprofession nationale France Bois forêt
Swedish Wood (Bois Suédois), partie de la Fédération suédoise des industries forestières
Finnish Forest Foundation (Fondation Finlandaise pour la Forêt)

LETTRÉ DE CAMPAGNE

LA CAMPAGNE TV : 48,6 MILLIONS DE CONTACTS EN 2012

Revoir
le film 2012



Après 2 années de prise de parole à la télévision pour communiquer sur les atouts du bois auprès du plus grand nombre, il était stratégique de garder ce média de communication de masse en 2012, pour développer nos arguments clefs et convaincre sur les possibilités multiples d'utilisation du bois pour la maison.

Le nouveau film TV dans ses deux formats en 20 et 12" a mis en scène nos personnages principaux en famille et dans leur maison, transformée et embellie grâce au bois, au fur et à mesure des années et de l'agrandissement de leur foyer.

STRATÉGIE 2012

- ▶ Chaines nationales du réseau **France télévision** et 12 chaînes thématiques.
- ▶ **2 vagues de 3 semaines** du 14/03 au 8/04 et du 24/09 au 14/10
- ▶ **Aux heures de grandes écoutes** : 7h, 12-13h et entre 19h50 et 22h50
- ▶ **1306 spots TV + 52290 spots au cinéma dans 1494 salles du réseau CINEDIA.**

RÉSULTATS

- ▶ **48,6 millions de contacts** sur la cible 25-59 ans avec une répétition moyenne de 4,4 et **1900922 contacts additionnels** avec la diffusion au cinéma.

UN MESSAGE QUI A MARQUÉ LES ESPRITS, AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS DES FRANÇAIS :

- ▶ **1/4** des personnes interrogées déclarent se souvenir du spot
- ▶ **58%** des français ont apprécié le spot
- ▶ **68%** l'on trouvé convaincant
- ▶ **71%** des personnes ont jugé l'information intéressante
- ▶ **47%** ce sont sentis concernés.

DES AVANTAGES BIEN COMPRIS ET UN MESSAGE JUGÉ CLAIR :

Des messages qui ont suscité une forte adhésion et sont au cœur des préoccupations actuelles : **intérêt écologique du bois (89%), qualités esthétiques (84%), d'isolation (87%) et des avantages économiques (68%).**

À NOTER !

Cette campagne a particulièrement touché **les femmes**, qui se montrent plus sensibles au sujet, plus impliquées et plus promptes à se renseigner sur les usages du bois, plébiscité pour les extensions et les surélévations. ■

Source : Harris Interactive - Post-test réalisé sur un échantillon de 1000 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus.

BOIS.COM : UN NOUVEAU SITE PORTAIL REPENSÉ QUI S'OUVRE AU WEB 2.0

Visiter
le nouveau site
BOIS.COM



Depuis la mise en ligne à la rentrée du site bois.com revisité pour sa version Grand public comme pour sa version Pro, les indicateurs d'analyse du trafic se sont nettement améliorés.

Un regain d'intérêt sur le site :

- ▶ **126 secondes de temps passé** (vs 111 en Août) + **15 secondes en moyenne !**
- ▶ **3,59 pages par visite** : un nombre de pages vues en hausse, avec un trafic naturel qui s'est qualifié.
- ▶ **2,04 millions de visiteurs** en 2012
- ▶ **6,9 millions de pages vues**

UN FORUM QUI FONCTIONNE BIEN

- ▶ Plus de 12 000 sujets
- ▶ Environ 70 000 pages vues pour environ 33 000 consultations uniques
- ▶ Un taux de rebond relativement bas (moins de 40%)

NEWLETTER GRAND PUBLIC BOIS.COM

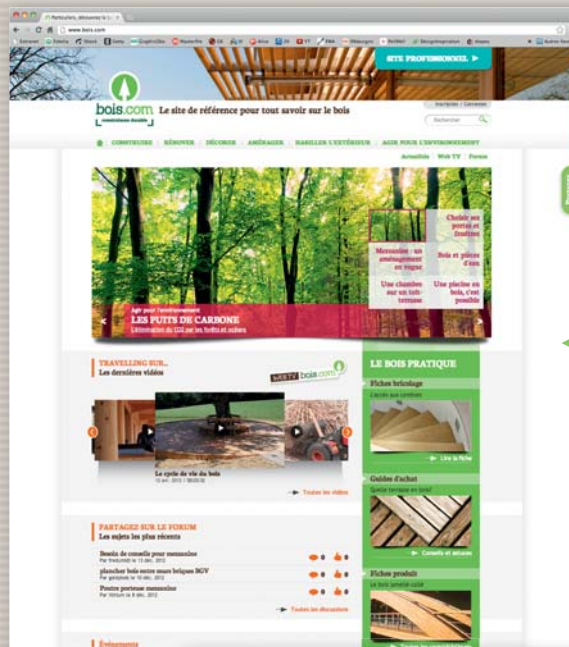
- ▶ 10 710 abonnés
- ▶ Taux d'ouverture de 33,10%
- ▶ Taux de réactivité de 25,23%

NEWLETTER DES PROFESSIONNELS BOIS.COM

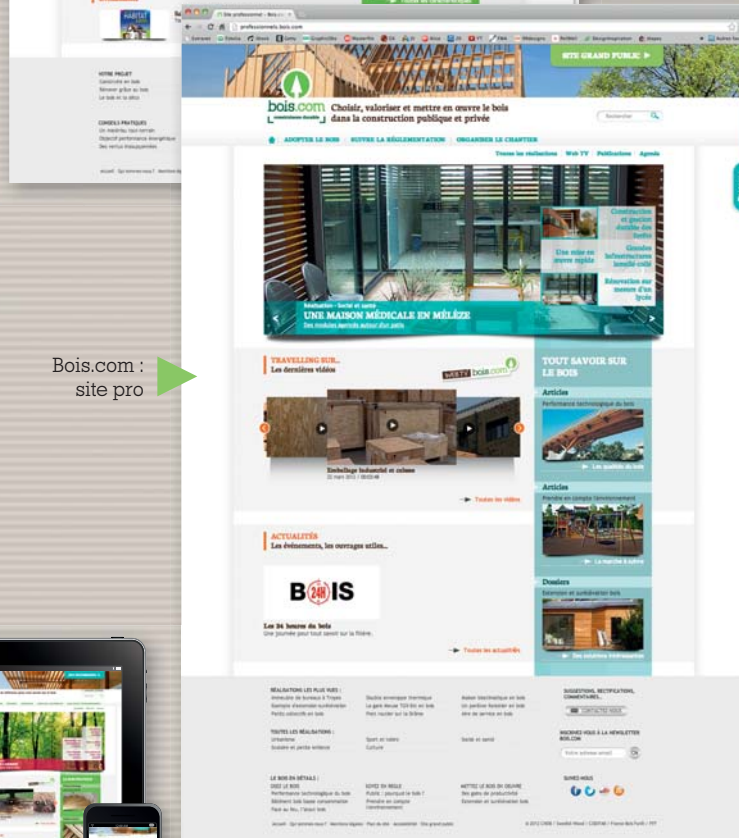
- ▶ 3 051 abonnés
- ▶ Taux d'ouverture de 18,72%
- ▶ Taux de réactivité de 25,97%

Source : Google Analytics - Novembre 2012

En 2013, l'animation, l'actualisation et l'enrichissement réguliers des contenus du site permettra d'entretenir l'intérêt de l'internaute Grand public comme Professionnel, en attente permanente d'informations et de nouveautés. ■



Bois.com :
site portail
grand-public



Bois.com :
site pro



Accéder
à la WEB TV



WEB TV : 15 NOUVEAUX FILMS POUR ENRICHIR LA WEB TV JUSQU'À DÉBUT 2013

WEBTV bois.com 



Déjà riche de 75 films thématiques, la Web TV sera alimentée jusqu'à début 2013 de 15 nouveaux films en 2013, autour des thèmes de la construction, de la rénovation et de l'utilisation du bois à l'extérieur.

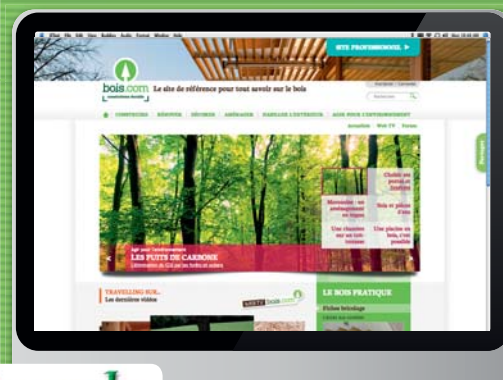
À VOIR EN LIGNE :

- ▶ Le Théâtre éphémère de la Comédie Française
- ▶ L'aménagement du jardin
- ▶ La terrasse en bois en hauteur
- ▶ La Halle Pajol
- ▶ Dents creuses
- ▶ L'extension Bois
- ▶ La maison en Bois

E-MARKETING : UNE CRÉATION DE TRAFIC MARQUANTE VERS LE SITE BOIS.COM

En accompagnement de la campagne TV et de la refonte du site, la campagne de liens sponsorisés sur Google d'avril à décembre 2012, ayant pour objectif de multiplier les visites sur le site bois.com, a porté ses fruits avec 396 570 nouveaux visiteurs amenés vers le site.

- ▶ 396 570 clics vers le site bois.com
- ▶ 2 358 155 impressions à novembre 2012
- ▶ Un trafic en forte progression depuis la mise en ligne du site à la rentrée (estimation à fin décembre)



Google

- ▶ La construction Bois : un sujet au cœur des préoccupations des internautes avec pour les mots clefs les plus cliqués :
 - Maison en bois
 - Plan de maison en bois
 - Maison ossature bois
 - Contreplaqué extérieur

LE BOIS DANS LA VILLE RÉTROSPECTIVE SUR LE TOUR DE FRANCE DES PROFESSIONNELS

Dans le cadre d'un cycle de colloques organisé dans 8 grandes villes de France, l'équipe de Bois.com, en partenariat avec les interprofessions régionales, Le Moniteur et les Écoles supérieures d'architecture, est partie d'avril à décembre à la rencontre des professionnels. 2 heures d'échanges par colloque, retransmis et suivis sur le site professionnel bois.com.

EN CHIFFRES

- ▶ 631 professionnels ont assisté aux colloques
 - ▶ 990 en Webcast
 - ▶ Le trafic web vidéo a atteint 3708 personnes
- Soit une performance de 65% sur l'ensemble des colloques**

DES PARTICIPATIONS CONTRASTÉES...

En effet suite à une enquête d'opinion :

- ▶ **89%** des interrogés sont intéressés pour participer à des événements sur le matériau bois dans la construction
- ▶ **8/10** répondants sont intéressés par le thème pour la construction ou la rénovation en zone urbaine
- ▶ mais **55%** des professionnels se disent très sollicités et **45%** manquent de temps.

Un programme détaillé et la facilité d'accès au lieu des colloques sont donc des leviers déterminants pour une forte participation. Par ailleurs l'enquête révèle qu'1/3 des interrogés souhaiteraient que les événements proposés soient plus techniques et plus en lien avec leur métier et leurs préoccupations. En effet, 53% annoncent leur intérêt pour la visite de chantiers et 45% pour l'étude de cas pratiques.

Source : Étude téléphonique Harris Interactive sur 100 contacts (novembre-décembre 2012)

Colloque de Nantes ▶



◀ Colloque d'Aix-en-Provence

contacts presse

Hic et nunc

Agence de Relations Presse
Barbara Ouvrard
01 41 71 14 50 • info@hicetnunc-rp.com

CNDE

Sarah Laroussi
Chargée de communication Presse & Événementiel
01 53 17 19 63 • s.laroussi@cndb.org



Revoir
les vidéos
des colloques

PERSPECTIVES 2013... JE DIS OUI AU BOIS !

Après 3 années de communication à forte dimension environnementale, ayant valorisé les atouts du bois dans la décoration, la construction et l'aménagement, Bois.com bénéficie d'un contexte économique et politique porteur :

- un marché de l'ITE en pleine croissance
- la mise en place du 2^e volet "rénovation de territoire" du Plan Bâtiment Durable, impliquant les régions sur la rénovation et la transition énergétique vers des énergies renouvelables...